

ADMINISTRAÇÃO NA CONTEMPORANEIDADE:

RELATOS DE PESQUISA

Volume 1

Organizadores:

Milena Nunes Alves de Sousa

Larissa de Araújo Batista Suárez

Vera Lúcia Soares de Oliveira Claudino

Denilson Costa de Carvalho

ADMINISTRAÇÃO NA CONTEMPORANEIDADE:

RELATOS DE PESQUISA

Volume 1

Organizadores:

Milena Nunes Alves de Sousa

Larissa de Araújo Batista Suárez

Vera Lúcia Soares de Oliveira Claudino

Denilson Costa de Carvalho

Editora Omnis Scientia

ADMINISTRAÇÃO NA CONTEMPORANEIDADE: RELATOS DE PESQUISA

Volume 1

1ª Edição

TRIUNFO – PE

2021

Editor-Chefe

Me. Daniel Luís Viana Cruz

Organizador (a)

Milena Nunes Alves de Sousa

Larissa de Araújo Batista Suárez

Vera Lúcia Soares de Oliveira Claudino

Denilson Costa de Carvalho

Conselho Editorial

Dra. Pauliana Valéria Machado Galvão

Dr. Wendel José Teles Pontes

Dr. Walter Santos Evangelista Júnior

Dr. Cássio Brancalone

Dr. Plínio Pereira Gomes Júnior

Editores de Área – Ciências Sociais Aplicadas

Dra. Helga Midori Iwamoto

Dra. Milena Nunes Alves de Sousa

Dr. Thiago Barbosa Soares

Assistentes Editoriais

Thialla Larangeira Amorim

Andrea Telino Gomes

Imagem de Capa

Freepik

Edição de Arte

Leandro José Dionísio

Revisão

Os autores



Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons – Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional.

O conteúdo abordado nos artigos, seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores.

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

A238 Administração na contemporaneidade [livro eletrônico] : relatos de pesquisa / Organizadores Milena Nunes Alves de Sousa... [et al.]. – Triunfo, PE: Omnis Scientia, 2021.
233 p. : il.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-88958-31-5

DOI 10.47094/978-65-88958-31-5

1. Administração de empresas. 2. Planejamento estratégico.
3. Empreendedorismo. I. Sousa, Milena Nunes Alves de. II. Suárez,
Larissa de Araújo Batista. III. Claudino, Vera Lúcia Soares de
Oliveira. IV. Carvalho, Denilson Costa de.

CDD 658.4

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

Editora Omnis Scientia

Triunfo – Pernambuco – Brasil

Telefone: +55 (87) 99656-3565

editoraomnisscientia.com.br

contato@editoraomnisscientia.com.br



DEDICATÓRIA

Dedicamos a todos aqueles, que como nós, amam a administração!

AGRADECIMENTOS

Agradecemos aos nossos alunos e a Faculdade São Francisco da Paraíba por todo apoio.

SINOPSE

Esta obra intitulada “*Administração na Contemporaneidade: Relatos de Pesquisa*”, retrata o esforço de gestores, professores e alunos em realizarem estudos atuais na área de gestão. Portanto, traz em seu cerne uma coletânea de 19 artigos que abarcam as mais distintas temáticas.

Entre as abordagens, têm-se enfoques nas áreas de 1) Marketing, com capítulo sobre marketing pessoal; 2) Finanças, contemplando a educação financeira; 3) Empreendedorismo, abarcando a mulher no mercado de trabalho; 4) Recursos humanos, enfocando a comunicação interpessoal nas organizações, liderança, recrutamento e seleção de pessoas; 5) Planejamento estratégico, como o capítulo sobre a implantação de ferramentas do planejamento estratégico em uma empresa do setor varejista; 6) Administração geral, com pesquisas sobre gestão em organizações do terceiro setor, criatividade e inovação, desafios organizacionais no mundo digital, bem com gestão escolar democrática e outros; e por fim, 7) Gestão da Produção, com estudos sobre planejamento da gestão da produção, sobre a curva ABC e classificação XYZ, por exemplo.

Esperamos que este compêndio seja uma valorosa fonte de consulta e de transmissão de saberes!

Os organizadores

ORGANIZADORES

Milena Nunes Alves de Sousa – Turismóloga, Administradora e Enfermeira. Especialista em Gestão e Análise Ambiental, Saúde da Família, Saúde Coletiva, Enfermagem do Trabalho, Docência em Enfermagem, Docência e Pesquisa para a Área de Saúde, Formação em Coaching, Administração Estratégica, Administração e Auditoria em Serviços de Saúde, Metodologias Ativas e Enfermagem em Oncologia. MBA em Liderança Sustentável e Coaching Executivo. Mestrado em Ciências da Saúde. Doutorado e Pós-Doutorado em Promoção de Saúde. Pós-Doutorado em Sistemas Agroindustriais pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), Campus Pombal, Paraíba. Pró-Reitora de Pesquisa, Extensão e Pós-Graduação no Centro Universitário de Patos (UNIFIP). Docente no Curso de Medicina do UNIFIP, Patos, Paraíba. Docente na Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras-PB, Brasil. E-mail: minualsa@gmail.com.br

Orcid: 0000-0001-8327-9147

Larissa de Araújo Batista Suárez – Administradora e Psicóloga. Doutoranda e Mestre em Psicologia Clínica pela Universidade Católica do Pernambuco (UNICAP). Especialista em Psicologia Organizacional, Psicopedagogia Institucional, Gestão de Marketing, Gestão de Pessoas, Tutoria em EaD e Docência do Ensino Superior e Terapia Familiar. Consultora empresarial, Coordenadora do Curso de Administração e Docente na Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras-PB e Docente na Faculdade São Francisco do Ceará (FASC), Iguatu, Ceará, Brasil. E-mail: labsuarez@gmail.com.

Orcid: 0000-0002-6658-5019

Vera Lúcia Soares de Oliveira Claudino – Bióloga. Mestrado em Educação. Diretora Presidente da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba. Diretora Presidente da Faculdade São Francisco do Ceará (FASC), Iguatu, Ceará, Brasil. E-mail: veraluciaclaudino@bol.com.br

Orcid: 0000-0001-5292-9725

Denilson Costa de Carvalho – Administrador. Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Federal da Paraíba. Professor no Curso de Graduação em Administração da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: denilsoncarvalho.sdm@gmail.com.

Orcid: 0000-0003-3366-9889

AUTORES

Afrânio Souto Duque de Abrantes - Mestre em Sistemas Agroindustriais pela Universidade Federal de Campina Grande. Professor da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Cajazeiras. Professor do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: afranioabrant@fsf.edu.br.

Aleska Ketley Feitosa Ferreira – Graduada em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: aleskaferreira@gmail.com.

Ana Paula Pinheiro da Silva - Especialista em Docência do Ensino Superior – IFCE, Doutoranda em Ciência e Engenharia de Materiais (UFSCAR), São Carlos, São Paulo, Brasil. E-mail: anapaulapinh@estudante.ufscar.br.

André Luiz Dantas Bezerra – Enfermeiro e Cirurgião Dentista. Mestre em Sistemas Agroindustriais. É estudante na Residência Multiprofissional em Atenção Primária à Saúde pelo Centro Universitário de Patos (UNIFIP). Atualmente é professor do curso de Administração da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP) e do Instituto Superior de Educação de Cajazeiras (ISEC), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: dr.andreldb@gmail.com.

Brenna Maria Moura Germano - Graduada em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: brennamaria96@gmail.com.

Bruno Stéfano de Medeiros Plácido – Graduado em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail:bruno_placido@yahoo.com.br.

Cleilson Moraes da Silva - Graduado em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: cleilson2380@gmail.com.

Cynthia Monielly de Souza – Graduada em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: moniellycynthia@gmail.com.

Danilo de Sousa Cezario - Mestrado em Educação pela Universidade Internacional Três Fronteiras. Doutorando em Ciências da Religião pela Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP). Atualmente é professor do curso de Administração da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP) e do Instituto Superior de Educação de Cajazeiras (ISEC), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: daniloscezar@hot.com.

Denilson Costa de Carvalho – Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Federal da Paraíba. Professor no Curso de Graduação em Administração da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: denilsoncosta@fsf.edu.br.

Edivânia Maria Leite da Silva - Graduada em Administração pela Universidade Federal da Paraíba. Especialista em Administração pela Fundação Getúlio Vargas. Mestrado em Sistemas Agroindustriais pela Universidade Federal de Campina Grande. Coordenadora da Pós-Graduação da Faculdade de

Filosofia, Ciências e Letras da Paraíba (FAFIC). Professora na FAFIC e na Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E- Consultora e Instrutora do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE Paraíba e Pernambuco) nas áreas de Planejamento Empresarial, Empreendedorismo e Recursos Humanos. E-mail: edivanasilva@fsf.edu.br.

Francisca Alves da Silva - Graduada em Letras. Professora Mestra do curso de Administração Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: neidinhaalves@fsf.edu.br.

Jael Marla de Souza Albuquerque - Graduada em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: jaelalbuquerque@gmail.com

Jean Alencar de Oliveira – Possui graduação em Administração pelo Centro Universitário de João Pessoa (2001) e mestrado pela Universidade Potiguar (2010). Atualmente é professor do curso de Administração da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: jeanalencar@fsf.edu.br.

Joandeson Lacerda de Oliveira – Graduado em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: joandeson_lacerdak3@hotmail.com.

José Ciedston Tomaz de Sousa Andrade - Graduado em Ciências, com habilitação em Matemática. Professor Mestre do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: ciedston@fsf.edu.br.

Josineuda Vieira de Freitas - Graduada em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: josineudafreitas@hotmail.com.

Kelly Simonne Sarmiento de Oliveira - Graduada em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: kelly_simonne18@hotmail.com.

Larissa de Araújo Batista Suárez – Administradora e Psicóloga. Mestre e Doutoranda em Psicologia Clínica pela Universidade Católica do Pernambuco (UNICAP). Coordenadora do Curso de Administração e Docente na Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras-PB, Brasil. E-mail: labsuarez@gmail.com.

Leiana Isis Soares de Oliveira - Graduada em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: isyolliveira@gmail.com.

Luma Ronnielli Dias Menezes - Graduada em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: lumamenezes@gmail.com.

Marcos Vinícius Lins Ferreira - Possui graduação em Administração pela Universidade Federal da Paraíba. Pós-graduação em Metodologia do Ensino e em Estatística Aplicada Mestrando do curso de Ciências da Educação pela Universidade Tecnológica Intercontinental (UTIC). Professor do Curso de Graduação em Administração da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba,

Brasil. E-mail: marcoslins@fsf.edu.br.

Maria Aparecida Cavalcanti de Oliveira - Graduada em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: macavalcanti@gmail.com.

Milena Nunes Alves de Sousa – Turismóloga, Administradora e Enfermeira. Doutorado e Pós-Doutorado em Promoção de Saúde. Pós-Doutorado em Sistemas Agroindustriais. Docente no Curso de Medicina do Centro Universitário de Patos (UNIFIP) e Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP). E-mail: minualsa@gmail.com.br.

Mirian de Sousa Lira Ferreira - Graduada em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: miriankm123@gmail.com.

Nethanya Kleysla Faustino Santos - Graduada em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: nethanyakfaustino@gmail.com.

Patrick Nobre da Silva – Bacharel em Ciências Contábeis pelo Centro Universitário do Rio Grande do Norte. Auditor Interno da Prefeitura Municipal de Cajazeiras. Professor do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: patricknobre@fsf.edu.br.

Pedro Ítalo Alexandre Coelho - Graduado em Administração pela Faculdade São Francisco do Ceará (FASC), Iguatú, Ceará, Brasil. E-mail: pedaoalexandre@gmail.com.

Rafael Andrade Lins de Almeida – Mestrado em Administração pela Universidade Potiguar. Professor do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: rafaellins@fsf.edu.br.

Robério Vieira de Meneses – Graduado em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: roberiocz2290@gmail.com.

Vera Lúcia Soares de Oliveira Claudino – Bióloga. Mestrado em Educação. Diretora Presidente da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba. Diretora Presidente da Faculdade São Francisco do Ceará (FASC), Iguatu, Ceará, Brasil. E-mail: veraluciaclaudino@bol.com.br.

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1.....19

**COMUNICAÇÃO INTERPESSOAL NAS ORGANIZAÇÕES: UM ESTUDO DE CASO
REALIZADO EM INDÚSTRIA DA PARAÍBA**

Kelly Simonne Sarmiento de Oliveira

André Luiz Dantas Bezerra

Milena Nunes Alves de Sousa

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/19-27

CAPÍTULO 2.....28

**EMPODERAMENTO FEMININO: O PROCESSO DE EXPANSÃO DA MULHER NO
MERCADO DE TRABALHO NA ÁREA ADMINISTRATIVA**

Aleska Ketley Feitosa Ferreira

Marcos Vinícius Lins Ferreira

Milena Nunes Alves de Sousa

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/28-36

CAPÍTULO 3.....37

**EMPREENDEDORISMO NA PERSPECTIVA DE ESTUDANTES DO CURSO DE
VESTUÁRIO DE CAJAZEIRAS-PB**

Robério Vieira de Meneses

Edivânia Maria Leite da Silva

Milena Nunes Alves de Sousa

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/37-44

CAPÍTULO 4.....45

**PROCESSO DE GESTÃO EM ORGANIZAÇÕES DO TERCEIRO SETOR: O CASO DA
PROJETARE SOCIAL**

Maria Aparecida Cavalcanti de Oliveira

Larissa de Araújo Batista Suárez

Milena Nunes Alves de Sousa

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/45-56

CAPÍTULO 5.....57

CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO NAS EMPRESAS BRASILEIRAS

Pedro Ítalo Alexandre Coelho

Ana Paula Pinheiro da Silva

Larissa de Araújo Batista Suárez

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/57-68

CAPÍTULO 6.....69

GESTÃO DE ESTOQUES: UTILIZAÇÃO DAS FERRAMENTAS CURVA ABC E CLASSIFICAÇÃO XYZ EM SUPERMERCADO

Joanderson Lacerda de Oliveira

José Ciedston Tomaz de Sousa Andrade

Rafael Andrade Lins de Almeida

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/69-83

CAPÍTULO 7.....84

IMPLANTAÇÃO DE FERRAMENTAS DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM UMA EMPRESA DO SETOR VAREJISTA

Mirian de Sousa Lira Ferreira

Patrick Nobre da Silva

Rafael Andrade Lins de Almeida

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/84-97

CAPÍTULO 8.....98

CUSTO DE ARMAZENAGEM: ESTUDO DE CASO NA LERIO'S DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS DE SANTA CRUZ-PB

Cleilson Morais da Silva

Afrânio Souto Duque de Abrantes

Rafael Andrade Lins de Almeida

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/98-110

CAPÍTULO 9.....111

ESTUDO SOBRE A SATISFAÇÃO NO PÓS VENDA DOS CLIENTES DE LOJA VAREJISTA DA PARAÍBA

Josineuda Vieira de Freitas

Larissa de Araújo Batista Suárez

Jean Alencar de Oliveira

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/111-116

CAPÍTULO 10.....117

PEQUENAS EMPRESAS E DESAFIOS NO MUNDO DIGITAL: ESTUDO EM ORGANIZAÇÕES DE PEQUENO PORTE CEARENSES

Juscileudo Lucas Belo

Patrick Nobre da Silva

Denilson Costa de Carvalho

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/117-125

CAPÍTULO 11.....126

PLANEJAMENTO DA GESTÃO DA PRODUÇÃO EM UMA CERÂMICA

Jael Marla de Souza Albuquerque

Danilo de Sousa Cezario

Denilson Costa de Carvalho

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/126-137

CAPÍTULO 12.....138

FINANÇAS PESSOAIS: IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA DISCENTES DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Luma Ronnielly Dias Menezes

Afrânio Souto Duque de Abrantes

Denilson Costa de Carvalho

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/138-145

CAPÍTULO 13.....146

RECRUTAMENTO E SELEÇÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA E A RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS

Myllene Dantas da Silva

Denilson Costa de Carvalho

Larissa Araújo Batista Suárez

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/146-158

CAPÍTULO 14.....159

EDUCAÇÃO FINANCEIRA COMO ESTRATÉGIA DE MINIMIZAÇÃO DE IMPACTOS CAUSADOS PELO COVID-19

Brenna Maria Moura Germano

Patrick Nobre da Silva

José Ciedston Tomaz de Sousa Andrade

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/159-170

CAPÍTULO 15.....171

LIDERANÇA COMO DIFERENCIAL ESTRATÉGICO NO BANCO DO BRASIL

Bruno Stéfano de Medeiros Plácido

Larissa de Araújo Batista Suárez

Milena Nunes Alves de Sousa

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/171-180

CAPÍTULO 16.....181

RELEVÂNCIA DA CONSTRUÇÃO DO MARKETING PESSOAL: ESTUDO COM CONCLUINTEES DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Leiana Isis Soares de Oliveira

Larissa de Araújo Batista Suárez

Milena Nunes Alves de Sousa

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/181-192

CAPÍTULO 17.....193

PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS DE BARRO-CE E OS IMPACTOS DA COVID-19 NOS SEUS NEGÓCIOS

Nethanya Kleysla Faustino Santos

Vera Lúcia Soares de Oliveira Claudino

Francisca Alves da Silva

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/193-204

CAPÍTULO 18.....205

AVALIAÇÃO DO USO DO HOME OFFICE NO AMBIENTE VIRTUAL DE ENSINO E APRENDIZAGEM DOS DOCENTES DO CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

Cynthia Monielly de Souza

Milena Nunes Alves de Sousa

Denilson Costa de Carvalho

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/205-214

CAPÍTULO 19.....215

DESAFIOS E BENEFÍCIOS DA GESTÃO ESCOLAR DEMOCRÁTICA: UM MODELO EM QUE AS VANTAGENS SOBRESSAEM AOS DESAFIOS

Daniilo de Sousa Cezario

Milena Nunes Alves de Sousa

Vera Lúcia Soares de Oliveira Claudino

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/215-226



CAPÍTULO 6

GESTÃO DE ESTOQUES: UTILIZAÇÃO DAS FERRAMENTAS CURVA ABC E CLASSIFICAÇÃO XYZ EM SUPERMERCADO

Joandeson Lacerda de Oliveira
José Ciedston Tomaz de Sousa Andrade
Rafael Andrade Lins de Almeida

GESTÃO DE ESTOQUES: UTILIZAÇÃO DAS FERRAMENTAS CURVA ABC E CLASSIFICAÇÃO XYZ EM SUPERMERCADO

Joandeson Lacerda de Oliveira

José Ciedston Tomaz de Sousa Andrade

Rafael Andrade Lins de Almeida

INTRODUÇÃO

A gestão de estoques estuda a adequada maneira de administrar os recursos duráveis ou não duráveis; processar e manter insumos dentro das empresas e fazer com que não haja falta de controle nos níveis, rotatividade e nos custos desses estoques e etc., uma vez que pode acarretar em prejuízos às empresas. Conforme Dias (2010) alguns problemas como a falta de capital de giro para investimentos; prejuízos com atrasos na disponibilização dos produtos e insatisfação dos clientes podem e devem ser evitados com uma gestão de estoques competente.

Nesse sentido o comércio supermercadista, passa por grandes transformações e adaptações de forma que, precisa-se gerenciar seus estoques de modo otimizado, para que não gere custos excessivos ou ruptura.

Quando as empresas possuem estoques elevados retêm o capital de giro no estoque, contudo, baixos estoques podem trazer problemas à demanda e fornecimento aos clientes, pois podem acontecer atrasos na entrega, bem como levará a replanejamento de distribuição dos insumos e provocar custos desnecessários (POZO, 2010).

Gerenciar nível de estoque adequado em um supermercado é de suma importância para evitar futuros problemas e precisam ser administrados de forma eficiente, uma vez que são serviços essenciais e possuem uma alta demanda de seus produtos. A adequada gestão de estoques é essencial para o bom fornecimento do estoque.

Nesse contexto, as ferramentas da gestão de estoque são fundamentais para que o processo de gestão seja um sucesso, de modo eficiente e eficaz, proporcionando vantagem competitiva frente aos concorrentes e satisfazendo seus clientes.

O objetivo geral do trabalho é analisar a participação dos produtos cesta básica no faturamento do supermercado através das ferramentas ABC e XYZ. A pesquisa busca aperfeiçoar as técnicas de controle de estoque com o intuito de melhorar a gestão de estoque da empresa estudada.

Considerando o objetivo geral apresentado, segue os objetivos específicos que são: Classificar os produtos que compõem a cesta básica de acordo com a importância no faturamento da empresa estudada; Elaborar a curva ABC dos produtos estudados; Definir a classificação XYZ dos produtos estudados.

A escolha pelo tema se deu porque a área de administração de estoques é uma área bastante promissora na região interiorana do estado da Paraíba, visto a demanda dos pequenos empreendimentos com profissionais especializados para gerir a área, uma vez que tem se mostrado um grande problema nos pequenos negócios.

Desta forma, a pesquisa se apresenta é muito importante e relevante para empresa devido ao não gerenciamento adequado da gestão de estoques em sua realidade.

GESTÃO DE ESTOQUES

A gestão de estoques é considerada um fator definitivo para que as organizações que trabalham com insumos e que visam lucro possam lograr êxito nos resultados, haja vista que gestão de estoques é responsável por gerir os recursos que trarão retorno financeiro para às empresas, sendo necessário manter os custos de estoques o mais baixo possível para que os custos não sejam inseridos no produto final e acabe por aumentar os preços ao consumidor final.

Leva-se em consideração ainda a necessidade de se manter capital de giro para manter a empresa em pleno funcionamento, com isto o setor de estoques deve ser analisado e controlado constantemente para que os administradores não se deparem com problemas como falta de capital de giro e altos custos pelo não atendimento a demanda, bem como a falta ou excesso de materiais.

A gestão de estoques tem, portanto, três objetivos: 1) Maximizar sistematicamente o nível de serviço ou o nível de atendimento da demanda, por meio do aumento da disponibilidade de item em estoque. 2) Reduzir sistematicamente os custos totais de estoques, por meio do aumento do giro de estoques ou por meio da redução do investimento em estoques, bem como a redução de seus custos. 3) Maximizar sistematicamente a eficiência operacional dos processos de suprimento (aquisições, transferências e/ou produção de matérias ou produtos acabados, por meio de redução de custos (SILVA, 2019, p. 27).

Nesse sentido, as funções principais da gestão de estoques são basicamente maximizar a eficiência do uso dos recursos visando o pleno atendimento às demandas proporcionando o giro dos estoques, bem como, reduzir os custos correntes na operação, uma vez que os estoques são um dos maiores geradores de custos.

CLASSIFICAÇÃO ABC

A classificação ABC é uma ferramenta de gestão de estoques que auxilia os gestores na tomada de decisão, pois permite entender quais os produtos têm melhor participação no faturamento da empresa. “A curva ABC é um importante instrumento para o administrador”, pois “permite identificar aqueles itens que justificam atenção e tratamento adequados quanto à sua administração. Obtém-se a curva ABC através da ordenação dos itens conforme a sua importância relativa” (DIAS, 2012, p. 73).

Também se deve considerar que a curva ABC faz uma relação de quantidade e valor financeiro, sendo que aqueles itens com maior valor financeiro, ou seja, mais caros, estão entre os itens com menores quantidades, pois se subentende que aqueles itens mais caros tendem a ser comprados pelos clientes em quantidades menores.

A classificação ABC permite hierarquizar e agrupar os materiais em classes, chamadas de A, B e C. Os de classe “A” são em pequena quantidade, porém com alto valor financeiro; por outro lado os de classe “C” são em grande quantidade e com baixo valor financeiro. Já os de classe “B” ficam numa condição intermediária (CAMPOS, 2010, p. 61)

O processo de montagem da tabela onde estarão contidos os itens e valores ordenados por classes de relevância e, posteriormente, à montagem da curva ABC onde se terá noção gráfica da situação do estoque em relação aos itens em estoque, bem como a sua importância, se dá, primeiramente com o levantamento dos itens; custo unitário; o consumo unitário; em seguida, o levantamento dos valores por unidade: valor total das unidades e, por último, e somatório total dos itens acumulados, bem como a sua porcentagem. Após completarem-se as etapas, devem-se alocar os dados obtidos ordenados de forma decrescente na tabela (POZO, 2010).

Após a obtenção dos dados da tabela prontos, o passo seguinte para se obter a curva ABC é projetar os dados de valores acumulados de forma crescente e vertical no eixo esquerdo e os números correspondentes aos itens de forma horizontal e crescente, e por fim traçar a curva que vai do ponto de início “0%” a “100%” que seria o ponto final da curva.

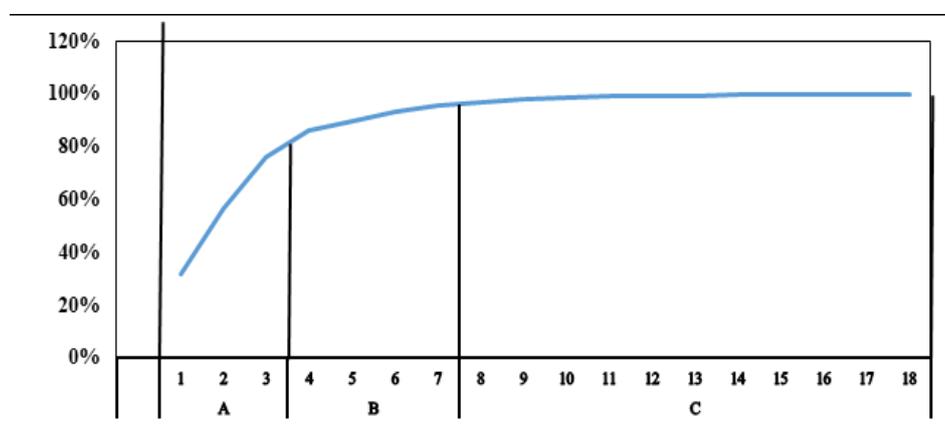
Tabela 1 - Montagem da Curva ABC

Item	Peça	Custo/Unid/ R\$	Cons. peças	Valor/Mês R\$		%	
				Total	Acumulado		
A	1	A-1X	50,00	500	25.000,00	25.000,00	31,7
	2	A-2B	10,00	2000	20.000,00	45.000,00	57,0
	3	B-2A	3,00	5000	15.000,00	60.000,00	76,1
	4	A-3B	8,00	1000	8.000,00	68.000,00	86,2
B	5	A-1D	5,00	600	3.000,00	71.000,00	90,0
	6	C-1A	2,50	1000	2.500,00	73.500,00	93,2
	7	A-1C	20,00	100	2.000,00	75.500,00	95,7
	8	A-2D	1,00	1000	1.000,00	76.500,00	97,0
C	9	C-2A	2,20	400	880,00	77.380,00	98,1
	10	A-1B	0,50	1000	500,00	77.880,00	98,7
	11	B-2A	3,00	150	450,00	78.330,00	99,3
	12	C-2B	1,50	100	150,00	78.480,00	99,5
	13	C-2C	0,70	200	140,00	78.620,00	99,7
	14	A-2A	1,00	100	100,00	78.720,00	99,8
	15	C-1B	1,50	50	75,00	78.795,00	99,9
	16	A-2A	0,50	100	50,00	78.845,00	99,94
	17	A-1A	0,50	80	40,00	78.885,00	99,99
	18	C-1C	0,50	20	10,00	78.895,00	100,00
Total acumulado						78.895,00	100,00

Fonte: Pozo (2010, p. 83).

Portanto, a tabela informará quais serão os produtos de maior e menor relevância monetária e a curva dará uma noção esquemática da relevância dos produtos de acordo com os itens à empresa e consequentemente os itens que proporcionam mais retorno.

Gráfico 1 - Curva ABC



Fonte: Pozo (2010, p. 84).

CLASSIFICAÇÃO XYZ

A classificação XYZ é uma ferramenta que visa avaliar a criticidade dos itens, ou seja, o quanto imprescindível ele é e se o item ocasiona paradas na produção, caso esteja em falta, ou pode ser facilmente substituído. Pode ser também levado em consideração nesta classificação, a criticidade em relação à aquisição do item, como casos de fornecedor único e tempos de ressurgimento longos.

A classificação XYZ de materiais faz distinções qualitativas entre os diferentes materiais e estoques, diferentemente da classificação ABC, que se baseia na importância quantitativa (valor monetário) dos itens. Em geral os materiais variam quanto ao grau de imprescindibilidade: alguns são indispensáveis para que as corporações cumpram com eficiência suas metas; outros são auxiliares e dispensáveis (SILVA, 2019, p. 170).

A ferramenta classifica os itens por categorias, sendo que na categoria “X” vão estar contidos os itens de baixa criticidade, ou seja, não imprescindíveis; na categoria “Y” vão estar contidos os itens de média criticidade; e por fim, na categoria “Z” os itens de alta criticidade, ou seja, afetam muito as operações da empresa.

Classe X: são enquadrados aqui todos cuja falta não proporciona nenhum problema significativo no desenvolvimento dos trabalhos da empresa. Além do transtorno de não atender instantaneamente ao solicitante. Geralmente, são materiais auxiliares, que dispensam controle rigoroso da oferta física no estoque, visto não serem indispensáveis. **Classe Y:** são os materiais cuja indisponibilidade física implica alguma consequência mais grave, embora não obrigue a interrupção dos trabalhos ou da operação da empresa. A falta de estoque, porém, exige a solução alternativa para evitar maiores danos aos processos administrativos, operacionais e/ou comerciais. Naturalmente, tais mercadorias exigem controle de estoques mais rigoroso, a fim de evitar transtornos na operação. Faltas devem ser evitadas. **Classe Z:** aqui estão todos os itens indispensáveis à atividade da empresa. Faltas de estoque acarretam prejuízos imensos, com interrupções nas operações e outras consequências bastante serias que não são admitidas de forma alguma. Essa condição demanda controle rigoroso, assegurando a oferta física em qualquer momento da solicitação (DIAS, 2012, p. 25).

Dessa maneira, a ausência de materiais de alta criticidade, classe Z, paralisa operações essenciais; os itens de média criticidade, classe Y, podem ser substituídos por similares ou equivalentes com relativa facilidade, porém a falta dos itens de baixa criticidade, classe X, não acarreta prejuízo para a organização.

A classificação XYZ demonstrada juntamente com a classificação ABC, uma análise com dois tipos de resultado. “Observa-se que tal classificação serve complemento para a classificação ABC, visto que a primeira considera fatores quantitativos, e esta por sua vez, considera fatores qualitativos” (CICILIATO, 2018, p.19). Desta forma de acordo com Silva, (2019, p. 172), a exposição dos dados em dois formatos proporciona uma melhor interpretação sobre a importância dos itens os classificando em nove tipos.

Quadro 1 - Relação das Classificações ABC e XYZ junto aos produtos.

Classes	X	Y	Z
A	AX	AY	AZ
B	BX	BY	BZ
C	CX	CY	CZ

FONTE: SILVA, (2019, p. 172).

CESTA BÁSICA

O conceito mais aceito e amplamente difundido é que a cesta básica é um conjunto de itens que uma família consome durante um mês, a qual é essencial às suas necessidades básicas. “A Cesta consiste em produtos considerados básicos para uma família de quatro pessoas todo mês” (FLYNN, 2019, p 39).

Através do Decreto-lei nº 399/38, as unidades federativas da união, ou seja, os estados podem criar leis que especifiquem e determinem que alguns itens de alimentos que são considerados básicos para atender as necessidades daquela população. “Os produtos da Cesta Básica e suas respectivas quantidades mensais são diferentes por regiões e foram definidos pelo Decreto 399 de 1938, que continua em vigor” (DIEESE, 2019). Com isto, as unidades federativas tem encaixe legal para criar leis ou decretos que listem os itens considerados básicos àquela população.

No ano de 2014 foi promulgada uma lei que delimita os produtos de cesta básica de alimentos no estado da Paraíba, a lei nº 10278 de 09/04/2014 (BRASIL, 2014). Recentemente, no início do mês de agosto de 2019, foi inserida na cesta de alimentos a loção solar ou protetor solar.

Lei nº 10278 de 09/04/2014, que trata dos itens de cesta básica de alimentos no estado da paraíba, em seu artigo 2º dispõe que:

Art. 2º Os produtos a que se refere o artigo anterior são os a seguir relacionados: 1. Feijão; 2. Arroz; 3. Açúcar; 4. Leite; 5. Café; 6. Pão; 7. Óleo de soja; 8. Flocos ou Fubá de milho; 9. Ovo; 10. Batata; 11. Legumes; 12. Frutas; 13. Manteiga; 14. Creme dental; 15. Sabonete; 16. Papel higiênico; 17 - água mineral natural, água natural ou água adicionada de sais em embalagens retornáveis de 10 (dez) ou 20 (vinte) litros. (Redação do item dada pela Lei Nº 10956 DE 18/07/2017); 18 - preparado antissolar (protetor solar) com fator de proteção solar igual ou superior a 60 (sessenta). (Item acrescentado pela Lei Nº 11407 DE 07/08/2019).

Diante do disposto, a lei nº 10278 de 09/04/2014 (BRASIL, 2014) tem o objetivo precípuo de atender as necessidades da população paraibana como um todo e não somente e especificamente produtos alimentícios, visto que a cesta básica é composta de outros produtos não alimentícios.

MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa é do tipo estudo de caso, descritivo com abordagem quantitativa. A pesquisa foi realizada em empresa de Conceição-PB, localizada no alto-sertão do estado da Paraíba.

Nesse sentido, estudo de caso é caracterizado pelo “estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado, tarefa praticamente impossível mediante os outros tipos de delineamentos considerados” (GIL, 2011, p. 58).

De acordo com Malhotra *et al.* (2005), a pesquisa descritiva tem por objetivo descrever funções ou características do mercado, de forma conclusiva. Segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 52): “[...] quando o pesquisador apenas registra e descreve os fatos observados sem interferir neles. Visa a descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis”.

Quanto à abordagem quantitativa, tem a finalidade de transformar os dados coletados em números, para simplificar e categorizar as informações visando uma melhor interpretação, aplicando uma análise estatística (MALHOTRA *et al.*, 2005).

A amostra da pesquisa é composta pelos produtos que compõem a cesta básica de acordo com a legislação vigente do estado da Paraíba. A coleta de dados correu entre março e abril de 2020 com os dados do sistema gerencial da empresa a partir do levantamento do material datado entre 05 de outubro de 2019 a 29 de fevereiro de 2020. Ressalta-se que a este momento aconteceu junto à gerência do supermercado e forneceu as informações do banco de dados. Após a realização da coleta das informações, junto ao sistema Data base do supermercado, o tratamento dos dados se dará de acordo com a regra de classificação ABC e XYZ com o auxílio da ferramenta do Microsoft Office Excel 2013.

ANÁLISES DOS RESULTADOS

Os dados da pesquisa foram processados através da ferramenta Excel 2013. Os dados obtidos do supermercado alvo deste trabalho foram analisados de acordo com a metodologia indicada à obtenção da classificação ABC e XYZ e do gráfico com a curva ABC.

Os dados sobre os itens de cesta básica foram extraídos do sistema computacional do supermercado de acordo com os itens contidos na lei nº 10278 de 09/04/2014 no período de 01 de outubro de 2019 a 29 de fevereiro de 2020. Com isso, o supermercado obtém 16 dos 17 itens indicados na lei.

Tabela 2 - Itens estudados e seus respectivos valores

Itens Estudados	Preço Médio R\$
Açúcar	1,90
Arroz	3,39
Cafê	4,58
Creme dental	4,64
Feijão	6,62
Flocos de milho	1,29
Legumes e frutas	3,74
Leite	5,42
Margarina	6,73
Óleo de soja	7,25
Ovo	5,82
Pão	6,61
Papel higiênico	5,86
Sabonete	1,64

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Após a obtenção dos itens e seu valor unitário, pode-se obter o consumo médio e o faturamento médio bruto dos produtos por item e, com isso, saber o faturamento por item e o seu total. No tocante ao consumo médio, o supermercado obteve um total de vendas de 211.503 itens de cesta básica durante o período de cinco (5) meses. O item mais vendido da cesta básica foi o arroz com a venda de 71.020 unidades e o item menos vendido foi o sabonete com 1.459.

Considerando os três (3) itens com um o consumo maior que 25.000 unidades, ou seja, arroz, café e o açúcar e os demais itens com um total de quatorze (14) itens, a média do consumo médio por item é de 15.107 itens. Desconsiderando estes três (3) itens mais consumidos, um total de onze itens (11), tal média de consumo cai para apenas 6.675 itens no período. Portanto, com a retirada dos três itens, pode-se observar que o consumo caiu para menos da metade, equivalente a 44,18%.

Em relação ao faturamento médio bruto o supermercado obteve um resultado de R\$791.572,46 durante o período de tempo de cinco (5) meses; O item da cesta básica que obteve maior receita foi o arroz com R\$ 240.642,82 de receita média bruta, e o item que obteve o menor resultado foi o sabonete com receita média bruta de R\$ 2.389,11. Considerando os quatro (4) itens com um faturamento médio bruto superior a R\$50.000, ou seja, arroz, café, óleo e o açúcar e os demais itens com um total de quatorze (14) itens, o faturamento médio bruto por item é de R\$56.540,89. Desconsiderando estes quatro (4) itens de maior faturamento médio, um total de dez (10) itens, tal faturamento cai para apenas R\$27.036,38 no período. Portanto, com a retirada dos quatro itens, pode-se observar que o faturamento médio bruto caiu para menos da metade, equivalente a 47,82%.

Tabela 3 - Montagem da classificação ABC.

Itens	Preço Médio R\$	Consumo Médio	Faturamento Médio Total em R\$
Arroz	3,39	71.020	240.642,82
Café	4,58	26.143	119.734,94
Óleo de soja	7,25	10.712	77.626,29
Açúcar	1,90	40.914	77.532,03
Feijão	6,62	7.255	48.028,10
Margarina	6,73	6.532	43.960,36
Papel higiênico	5,86	6.418	37.609,48
Legumes e frutas	3,74	9.902	37.023,79
Pão	6,61	3.548	23.434,54
Leite	5,42	4.305	23.311,58
Ovo	5,82	3.583	20.853,06
Flocos de milho	1,29	15.549	20.110,04
Creme dental	4,64	4.163	19.316,32
Sabonete	1,64	1.459	2.389,11
TOTAIS		211.503	791.572,46

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Com isto, pode-se observar que, tanto para receita média bruta como para consumo médio, os itens arroz e sabonete ficaram em primeiro e último lugar, respectivamente, porque ambos têm uma taxa de preço e de consumo distintos. O arroz, por se tratar de item alimentício, tem maiores vendas, com isto, o seu consumo é maior. Já o sabonete, por ser um item não-alimentício, tem consumo menor, bem como, o seu preço é quase irrelevante em comparação ao item arroz. Como se observou também, apenas alguns itens representou significativa relevância em consumo e faturamento para o supermercado: três (3) itens em relação ao consumo e quatro (4) itens em relação ao faturamento dentre os quatorze (14) itens.

Após a obtenção do consumo médio e do faturamento médio bruto unitário dos produtos e o seu total, é possível concentrar as suas porcentagens.

As porcentagens dos itens de forma unitária têm uma variação média de 2,15% em comparação uma com as outras. A maior variação é a do primeiro colocado na lista, o item arroz, chegando a uma diferença de variação de 15,27% em relação ao segundo item. A variação média acumulada de todos os itens é de 4,97% e a maior variação é também do item arroz com 15,13%. Portanto, a classificação ABC demonstra que os itens de cesta básica têm níveis baixos e parecidos de variação quando ao seu faturamento.

Tabela 4 - Montagem da classificação ABC.

Itens	Preço	Consumo	Faturamento	%	%
	Médio R\$	Médio	Total em R\$	Porcentagem	Acumulada
Arroz	3,39	71.020	240.642,82	30,40	30,40
Cafê	4,58	26.143	119.734,94	15,13	45,53
Óleo de soja	7,25	10.712	77.626,29	9,81	55,33
Açúcar	1,90	40.914	77.532,03	9,79	65,13
Feijão	6,62	7.255	48.028,10	6,07	71,20
Margarina	6,73	6.532	43.960,36	5,55	76,75
Papel higiênico	5,86	6.418	37.609,48	4,75	81,50
Legumes e frutas	3,74	9.902	37.023,79	4,68	86,18
Pão	6,61	3.548	23.434,54	2,96	89,14
Leite	5,42	4.305	23.311,58	2,94	92,08
Ovo	5,82	3.583	20.853,06	2,63	94,71
Flocos de milho	1,29	15.549	20.110,04	2,54	97,26
Creme dental	4,64	4.163	19.316,32	2,44	99,70
Sabonete	1,64	1.459	2.389,11	0,30	100,00
TOTAL		211.503	791.572,46	100,00	

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Após a obtenção de todos os dados necessários, podem-se classificar os itens de acordo com a relevância no faturamento, tabela ABC. Portanto, é possível observar que os itens básicos não comestíveis não estão contidos na classe A, e a sua maioria contida na classe C (2 itens) e um item na classe B. Contudo, não significa que os itens não-alimentícios não são demandados, pois se assim fosse não estariam contidos na legislação de itens básicos.

Tabela 5 - Classificação ABC dos itens de cesta básica do Supermercado.

Itens	Preço	Consumo	Faturamento Médio	%	%	Classificação
	Médio R\$	Médio	Total em R\$	Porcentagem	Acumulada	
Arroz	3,39	71.020	240.642,82	30,40	30,40	A
Cafê	4,58	26.143	119.734,94	15,13	45,53	
Óleo de soja	7,25	10.712	77.626,29	9,81	55,33	
Açúcar	1,90	40.914	77.532,03	9,79	65,13	
Feijão	6,62	7.255	48.028,10	6,07	71,20	
Margarina	6,73	6.532	43.960,36	5,55	76,75	
Papel higiênico	5,86	6.418	37.609,48	4,75	81,50	B
Legumes e frutas	3,74	9.902	37.023,79	4,68	86,18	
Pão	6,61	3.548	23.434,54	2,96	89,14	
Leite	5,42	4.305	23.311,58	2,94	92,08	

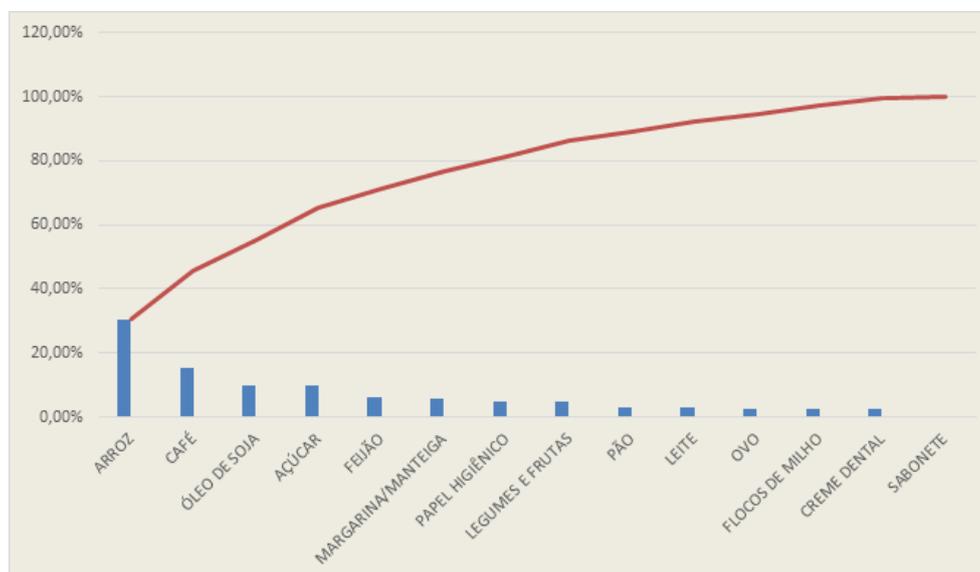
Ovo	5,82	3.583	20.853,06	2,63	94,71	C
Flocos de milho	1,29	15.549	20.110,04	2,54	97,26	
Creme dental	4,64	4.163	19.316,32	2,44	99,70	
Sabonete	1,64	1.459	2.389,11	0,30	100,00	
TOTAL		211.503	791.572,46	100,00		

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

O resultado demonstra apenas que estes itens foram classificados como classes C e B pela sua baixa taxa de retorno financeiro à empresa, uma vez que são itens baratos em relação à sua média de preços.

A porcentagem dos itens está demonstrada em barras azuis e a porcentagem acumulada dos itens está na linha de tendência em laranja. Com isto, a curva mostra que os itens que mais geram faturamento à empresa são os que estão com a linha e a barra mais próximas uma da outra, assim como expõe Pozo (2010, p. 80): “Os itens mais importantes são em pequenos números e de alto valor, e devem ser controlados rigidamente”.

Gráfico 2 - Curva ABC dos itens em relação ao faturamento médio bruto.



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Portanto, a participação no faturamento tem uma taxa percentual maior por item, bem como a sua taxa percentual acumulada, em comparação com todos os outros itens, também é maior, isto levando em consideração que a curva ABC tem valor de importância decrescente em relação ao percentual acumulado.

Quadro 2 - Classificação dos Itens através da ABC e XYZ.

	X	Y	Z
A		MARGARINA	ARROZ CAFÉ ÓLEO DE SOJA AÇÚCAR FEIJÃO
B	OVO PÃO	LEGUMES E FRUTAS PAPEL HIGIÊNICO LEITE	
C	CREME DENTAL SABONETE	FLOCOS DE MILHO	

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

A classificação XYZ dos itens de cesta básica do supermercado demonstrada juntamente com a classificação ABC, aponta que existem cinco (5) itens cuja criticidade é alta, Z e estão em categoria A: são itens à alimentação; existem também cinco (5) itens de criticidade média, Y e que estão na categoria A, B e C: são itens alimentícios e não alimentícios; e por fim, existem quatro (4) itens de criticidade baixa, X e que estão na categoria B e C: são itens alimentícios e não alimentícios. Com isto, entende-se que há heterogeneidade entre a distribuição dos itens de cesta básica dentro da classificação XYZ que mede a criticidade dos itens de cesta básica através da sua importância.

CONCLUSÃO

O presente trabalho propôs uma investigação através de um estudo de caso sobre a relevância dos itens que compõe a cesta básica através das ferramentas de gestão, classificação ABC e XYZ. Estas ferramentas de gestão têm a finalidade de demonstrar tanto a participação dos produtos no faturamento da empresa como sua criticidade nas operações da empresa.

Diante das informações, obteve-se que o supermercado obtém uma média de preço de R\$4,68 dentre os 16 itens, mas a sua margem de diferença total média de preços dos itens é de apenas R\$1,96. Portanto, a taxa de faturamento do supermercado com os itens de cesta básica é considerada baixa, tendo em vista que dentro do faturamento com os produtos de cesta básica, ainda exista a retirada dos custos gerais desde o pedido até a venda ao consumidor final.

A classificação ABC aponta ainda que os itens estão divididos nas classes A, B e C de forma

praticamente igual, pois para a classificação A, possui cinco (5) itens; à classificação B, possui cinco (5) itens e a classe C, possui quatro (4) itens. Tal resultado apresenta uma distribuição homogênea dos itens, ou seja, não existe uma classe de itens que se sobressaia sobre as outras em relação ao quantitativo de itens. A curva ABC reafirma tal posição apontando que a taxa percentual (%), por item, é paralela à taxa percentual acumulada dos itens. Ou seja, enquanto a taxa percentual dos itens decresce, a taxa percentual acumulada, cresce, e sempre paralelamente.

Portanto, embora os itens estejam classificados em taxas percentuais distintas por haver um grau de importância maior para o item mais vendido, a divisão dos itens por classes é praticamente igual em quantidade e, com isso, há heterogeneidade de importância quantitativa.

Observou-se que, quando retiradas da análise itens com rentabilidade ou consumo muito superiores aos demais itens, percebe-se que tanto a rentabilidade quanto o consumo caem para menos da metade. Portanto, entende-se que há uma quantidade mínima de itens cuja rentabilidade e o consumo são acima do padrão médio para as duas categorias.

Com relação à classificação XYZ, reafirma tal posicionamento quando demonstra que os itens da cesta básica estão classificados de forma heterogênea quanto ao tipo de produto, uma vez que os itens alimentícios estão presentes em todas as classes e os itens não alimentícios não estão presentes em apenas uma das classes. Portanto, há uma heterogeneidade quanto a importância qualitativa, ou seja, por tipo de produto.

A partir da apuração e processamento dos dados, é possível concluir que a cesta básica de alimentos não proporciona um grau elevado de faturamento ao supermercado, embora tenha uma boa saída, uma vez que, a sua classificação ABC juntamente à classificação XYZ e juntamente com a demonstração gráfica da curva ABC dos itens, demonstra uma relação de heterogeneidade entre os itens quanto a pontos quantitativos, preços e qualitativos, por produto, bem como a criticidade de importância por item.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Decreto-Lei nº 399, de 30 de dezembro de 1938.** Altera a legislação sobre fiscalização de mercadorias de procedência estrangeira e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, [1968]. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1930-1939/decreto-lei-399-30-abril-1938348733-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em: Nov. 2019.

BRASIL. **Lei nº 10278 de 09/04/2014.** Disponível em: <https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=269219>. Acesso em: 20 set. 2019.

CAMPOS, Antônio Jorge Cunha. **A gestão da cadeia de suprimentos.** Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2010.

CASTRO, Rodrigo Renno Cunha de Magalhães. **Administração de recursos materiais para con-**

ursos. 1 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

CICILIATO, Jansley A.S. **Planejamento de uma política de estoques com base em análises e técnicas de gestão de estoques**. 2018. 55 f. Trabalho de conclusão de curso (Monografia) - Curso de engenharia de produção, Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFP, Londrina. 2018.

DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de materiais: princípios, conceitos e gestão**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de materiais: uma abordagem logística**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

DIAS, Marco Aurélio P. **Logística, transporte e infraestrutura: armazenagem, operador logístico, gestão via TI, multimodal**. São Paulo: Atlas, 2012.

DIAS, Mário; COSTA, Roberto Figueiredo. **Manual do Comprador: conceitos, técnicas e práticas indispensáveis em um departamento de compras**. São Paulo: Saraiva, 2012.

DIEESE. **Cesta Básica de Alimentos Metodologia**. Disponível em: <https://www.dieese.org.br/metodologia/metodologiaCestaBasica.pdf>. Acesso em: 10 Nov. 2019.

DIEESE. **Quem Somos**. Disponível em: <https://www.dieese.org.br/materialinstitucional/quemSomos.html>. Acesso em: 10 nov. 2019.

FLYNN, Sean Masaki. **Economia Para Leigos**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.

MALHOTRA, Naresh K. *et al.* **Introdução à pesquisa de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

PARAÍBA. **Diário Oficial Do Estado Da Paraíba (DOEPB)** De 11 De Abril De 2014. Portal Jus-Brasil, 11, abr. 2014. Disponível em: https://www.jusbrasil.com.br/diarios/68996923/doespb-11-04-2014-pg-6?ref=next_button. Acesso em: 20, set. 2019.

PONTES, Ana Edite L. **Gestão de estoques: utilização das ferramentas curva ABC e classificação XYZ em uma farmácia hospitalar**. 2013. 44 f. Trabalho de conclusão de curso (Monografia) - Departamento de Ciências Farmacêuticas, Universidade Federal da Paraíba – UFPB, João Pessoa. 2018.

POZO, Hamilton. **Administração de recursos materiais e patrimoniais: uma abordagem logística**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PRODANOV, Cléber Cristiano; FREITAS, Ernani César. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SILVA, Bráulio Wilker. **Gestão de Estoques: Planejamento, Execução e Controle**. 2. ed. João Monlevade: BWS Consultoria, 2019.

VIANA, João José. **Administração de materiais: um enfoque prático**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

Índice Remissivo

A

ação planejada 46
acesso ao crédito 139, 140
administração de empresas 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35
administração escolar 216
ambiente organizacional 20, 21, 174
ambientes educacionais 38
armazenagem dos produtos 99
ascensão social 29
aspecto logístico 112
atividade comercial 127
atividade econômica 38, 63, 198
atividades de consumo 139
atividades empreendedoras 38, 195

B

base gerencial sólida 46

C

campanhas publicitárias 118
capacidade de articulação 47
capacidades técnicas específicas 47
capacitação 35, 38, 58, 59, 66, 154, 191
capitalismo no Brasil 46
capital parado 99, 100
cenário mercadológico 172
cliente 88, 90, 93, 99, 107, 108, 112, 113, 114, 115, 116, 118, 119, 120, 121, 133, 134
clientes e a empresa 112
comunicação 8, 20, 21, 22, 23, 26, 27, 41, 42, 52, 53, 54, 55, 56, 59, 67, 86, 95, 118, 119, 120, 173, 175, 176, 207, 211
comunicação de massa 21
comunicação empresarial 20, 26
comunicação interpessoal 8, 21
comunidade escolar 216, 218, 219, 221, 223, 224, 225
concorrência 60, 85, 92, 133, 189
conectividade 118, 119
conflitos étnicos 46
conflitos internos 20, 21, 22, 23, 32
conquista do voto 29
conquista por cidadania 29
consumidor 71, 81, 115, 118, 119, 149
consumo descontrolado 139
controle de estoque 70, 99

controle de produtos 99
controle financeiro 139, 140, 143, 144
corrupção 46
credibilidade 32, 33, 148, 173
crescimento da população 139
crescimento das mídias 112
crescimento de mercado 58
criatividade 8, 41, 58, 59, 60, 61, 63, 64, 66, 67, 109, 191
crime organizado 46
crise sanitária do Covid19 194
crises inflacionárias 139
custo de armazenagem 99, 100, 104, 105, 106, 107, 108, 109

D

deficiência no gerenciamento 46
delivery 66, 195
demanda 59, 70, 71, 74, 100, 114, 132, 136, 139, 194
desafios financeiros 139
desenvolver estratégias 47
desenvolvimento econômico brasileiro 59
desenvolvimento tecnológico 112, 120
desigualdades sociais 33, 46, 63, 149
desregulamentação de políticas sociais 46
direito igualitário 29
direitos femininos 29
direitos humanos 46, 149
distribuidora de bebidas 99, 100, 109, 110

E

educação financeira 8, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 160, 161, 162, 165, 166, 168, 170
empoderamento feminino 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35
empreendedor 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 58, 64, 65, 66, 88, 124, 194, 196, 198, 203
empreendedores brasileiros 38
empreendedores individuais 38, 43
empreendedorismo no Brasil 31, 194
empregados com deficiências 147
empresa-alvo 128
empresas 29, 30, 32, 33, 38, 42, 43, 44, 59, 60, 61, 63, 65, 66, 67, 68, 70, 71, 85, 88, 89, 96, 97, 99, 107, 115, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 128, 147, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 164, 172, 173, 194, 195, 200, 203, 206
empresa varejista 85, 87, 96
endividamento 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 167, 168
endividamento da população 139
ensino de qualidade 207
escolha do produto 112
esferas educacionais 207, 216

essência da administração 47
estagnação econômica 139
estilos de liderança 173
estoques competente 70
estratégia empresarial 59
estratégia organizacional 27, 56, 85
estratégias de liderar 172
exclusão 147, 148, 217
expansão da mulher no mercado 29, 30, 32, 34, 35
expansão tecnológica 58

F

facilidade de crédito 139, 144, 164
feminino na sociedade contemporânea 29
ferramentas gerenciais 47
fidelização dos clientes 118
flexibilidade de horários 206
formação pessoal e profissional 35
forma remota 206, 209
funcionamento de estoque 100
funções básicas do administrador 47

G

geração de empregos 39
gerenciamento de matérias-primas 127
gerenciamento de recursos 139
gerenciamento do serviço logístico 112
gestão ao democrático/participativo 216
gestão da produção 8, 127, 130, 133, 136
gestão de estoque 70, 99, 100, 104, 106, 107, 109
gestão de estoques 70, 71, 72, 83
gestão democrática 216, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226
gestão do Terceiro Setor 47
gestão escolar 8, 216, 218, 219, 223, 225, 226
gestor 42, 46, 48, 51, 88, 93, 127, 128, 133, 134, 135, 136, 218, 219, 221, 222, 224, 225, 226
gestores de produção 128
grupos competidores 61

H

Home Office 206, 207, 209, 210, 211, 213, 214

I

igualdade 29, 34, 149, 150, 151
imagem institucional 47, 149
Indústria 21
inflação 58, 139

inovação 8, 31, 43, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 90, 112, 151, 214
inovação organizacional 59, 60
instituições educacionais 216
instituições governamentais 38

L

líder 46, 63, 172, 173, 175, 176
liderança 8, 27, 31, 33, 38, 51, 54, 63, 154, 155, 172, 173, 174, 175, 176, 194, 195, 197, 219, 221, 222, 223
líder de equipe 46
limitações 68, 91, 116, 144, 147, 153
luta das mulheres 29
lutas feministas 29

M

marketing de relacionamento 119, 192
marketing digital 118, 119, 122, 123, 124, 125
marketing pessoal 8, 189, 190, 191, 192
mercado saturado 85
metas corporativas 20
mídias sociais 26, 42, 119, 120, 124
modalidade de Educação a Distância (EAD) 207
modelos de lideranças 172
modernização do mercado financeiro 140
modo de trabalho 206
movimento feminista 29
mudanças no regime de trabalho 195

N

negócios 31, 38, 41, 42, 49, 50, 53, 63, 65, 67, 71, 119, 120, 124, 149, 194, 195, 196, 197, 198, 201, 202, 203
nicho de mercado 118, 194, 197
níveis de desemprego 139
nível de estoque adequado 70

O

oferta de produtos 119
oferta do crédito 139
oportunidades no mercado de trabalho 147
organizações 8, 21, 27, 34, 35, 38, 42, 46, 47, 49, 51, 53, 56, 61, 71, 90, 93, 99, 103, 121, 147, 148, 151, 152, 156, 191, 214
organizações não governamentais (ONG's) 46

P

pandemia 42, 48, 65, 160, 161, 162, 164, 165, 166, 167, 168, 170, 194, 195, 202, 203, 206, 207, 209, 210, 213
panorama conceitual 30
papéis gerenciais 47
pequenas empresas 85, 86, 118, 124

peças de baixa renda 139
peças portadoras de deficiência 147, 152
planejamento 8, 42, 47, 49, 51, 53, 54, 56, 65, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 93, 94, 96, 97, 115, 116, 127, 128, 130, 133, 135, 136, 139, 140, 143, 144, 151, 154, 155, 156, 157, 160, 162, 166, 190, 213, 218, 219, 222
planejamento da gestão 8, 127, 136
planejamento de produção 128
planejamento estratégico 8, 51, 85, 86, 87, 88, 89, 93, 94, 96, 157
poder de compra 139, 167
prática de trabalho 207
prática empreendedora 38, 39
preconceito 30, 32, 35, 147, 152, 153
preconceitos 29, 31, 32
privatização de serviços essenciais 46
processo administrativo 47, 48, 54
processo de educação 216
processo de gestão 47, 49, 70
produtividade 26, 27, 59, 60, 97, 127, 152, 191, 206, 209, 213
Produto Interno Bruto (PIB) 139
produtos em estoque 99, 103
profissional especializado 118, 211
Projetare Social 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54
provedores de mercadorias 194
público-alvo 49, 118

Q

qualidade de serviços 47
qualidade de vida da sociedade 46
qualidade dos serviços 112, 207
quantidade de itens/produtos 99
questão social 147

R

realidade contemporânea 59, 61
recrutamento de pessoas 147, 148, 149, 150, 151, 154, 155, 156, 157
recrutamento de pessoas com deficiência 147, 149, 150, 151, 154, 155, 156, 157
recursos computacionais 207
recursos criativos 59
recursos duráveis ou não duráveis 70
Recursos Humanos (RH) 147
recursos tecnológicos 206, 211
redes sociais 112, 118, 121, 122, 123, 124, 162
relações de gênero 29, 36
relações humanas 20, 218
rendimentos pessoais 139
resistência feminina 29
revolução 4.0 58

revolução tecnológica 58

S

satisfação do cliente 112

satisfação do cliente após as vendas 112

satisfação no pós-venda 112

SEBRAE 11, 38, 44, 65, 68, 89, 97, 119, 124, 149, 158, 195, 203

segmentos da economia 58

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas 38, 65, 119, 158, 195

serviço de cunho social 59

serviços bancários 139

setor alimentício 85, 96

setor industrial 127

stakeholders 47

sucesso empresarial 172

sujeito criativo 38

supermercado 70, 76, 77, 78, 81, 82

suporte técnico-gerencial 58

sustentabilidade 47

T

tele trabalho 206, 209

tendências de mercado 60

terceiro setor 8, 46, 55

trabalho criativo 60

transparência 20, 47, 54

V

vantagens competitivas 127

vendas online 195, 200

viabilidade 59, 144

visão estratégica 38

vivência diária 20

editoraomnisscientia@gmail.com 
<https://editoraomnisscientia.com.br/> 
[@editora_omnis_scientia](https://www.instagram.com/editora_omnis_scientia) 
<https://www.facebook.com/omnis.scientia.9> 
[+55 \(87\) 9656-3565](tel:+55(87)9656-3565) 

editoraomnisscientia@gmail.com 
<https://editoraomnisscientia.com.br/> 
[@editora_omnis_scientia](https://www.instagram.com/editora_omnis_scientia) 
<https://www.facebook.com/omnis.scientia.9> 
+55 (87) 9656-3565 